

インナー大会プレゼン部門 2017 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名 (フリガナ)	学部名 (フリガナ)	所属ゼミナール名 (フリガナ)
フリガナ) カナガワダイガク	フリガナ) ケイザイガクブ	フリガナ) フジイ マコト
神奈川大学	経済学部	藤井 誠 ゼミ

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入してください。

チーム名 (フリガナ)	代表者名 (フリガナ)	チーム人数 (代表者含む)	PPT 動画 (有・無)
フリガナ) チームヤマグチ	フリガナ) ヤマグチ タクミ	3	無
チーム山口	山口 拓巳		

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール (具体的に使用するツールを明記してください)

レーザーポインター

研究テーマ (発表タイトル)

アニメツーリズムにおけるマネジメントの可能性

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要 (目的・狙いなど)

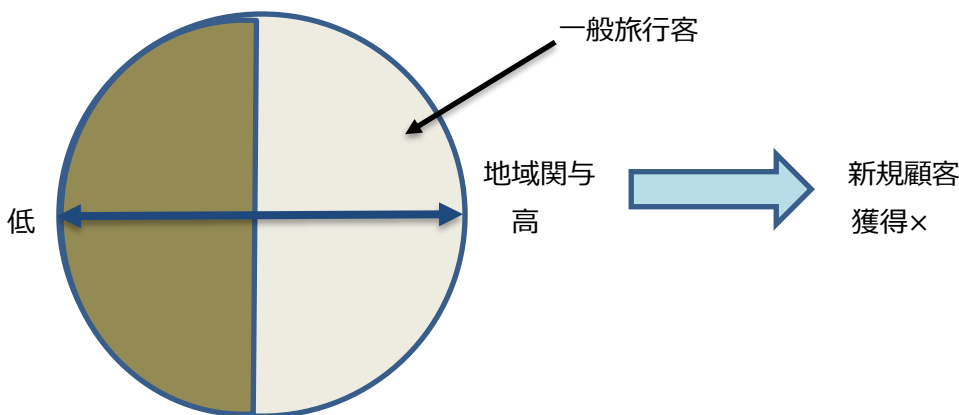
アニメツーリズムにおける顧客、いわゆる聖地巡礼者へのマネジメントを、民間主導で取り組んだ「氷菓」の岐阜県高山市と、行政主導で取り組んだ「君の名は。」の聖地である岐阜県飛騨市の2つの見方から分析する。また、アニメツーリズムが最終的に地域に対してどこまで貢献できるのかを考える。

2. 研究テーマの現状分析 (歴史的背景、マーケット環境など)

近年埼玉県秩父市の「心が叫びたがってるんだ。」や茨城県大洗市の「ガールズ&パンツァー」をはじめアニメの舞台、いわゆる聖地を観光資源にして地域活性化に取り組んでいる地域が増えている。そんな中、2016年9月にアニメツーリズム協会が設立。また2017年8月には『訪れてみたい日本のアニメ聖地 88 (2018年版)』が発表され、観光立国を目指す日本の起爆剤としてアニメツーリズムは期待されている。

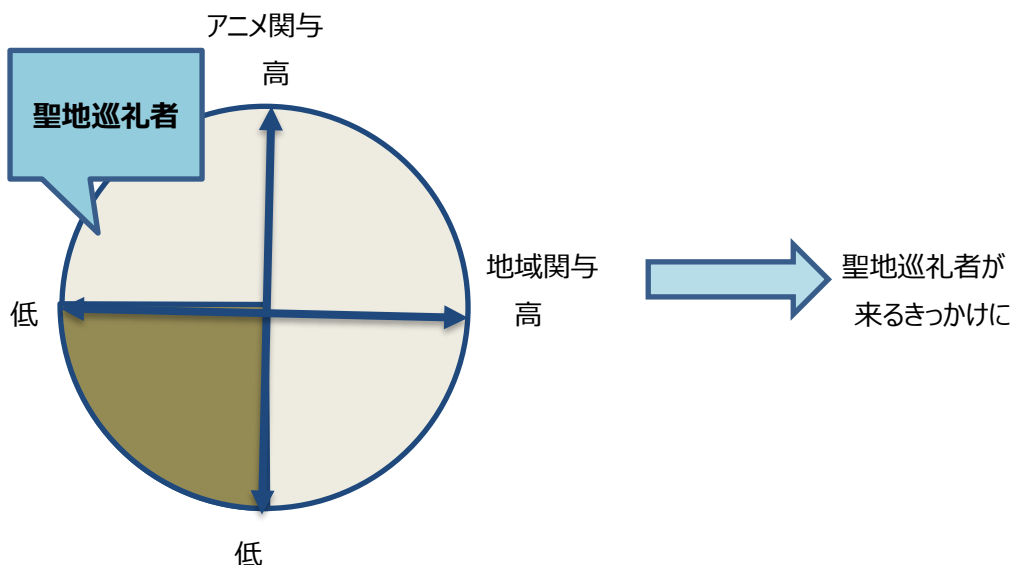
3. 研究テーマの課題

国内での観光業では、都市部や地方都市に観光に行くのが主流であり、それ以外の地域へ観光に行く理由として「旅行は趣味」などといった地域に対する関心が高いことが挙げられる。しかし、それでは既存の顧客ばかりになってしまい、なかなか新規顧客がその地域へと足を運ぶことには繋がらない。



4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

そこで私たちは、消費者行動論の製品関与という考えたと、アニメツーリズムに着目した。製品関与をアニメ関与と置き換え、下の図のように縦軸に線を入れた。そのことにより、従来では地域関与が高い人しか来ない地域でも、アニメの舞台（聖地）として使われれば、地域関与は低いアニメ関与が高い聖地巡礼者と呼ばれる人たちが来るきっかけになる、ということがモデル化できた。



5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

「氷菓」の聖地である高山市の高山本町三丁目商店街振興組理事長で、中田中央薬品の経営者である中田智昭さんへのインタビュー調査

「君の名は。」の聖地である飛騨市の飛騨市役所商工観光部観光課主査である横山理恵さんへのインタビュー調査

6. 結果や今後の取り組み

いままでは地域関与という軸でしか市場を見ていなかったが、消費者行動論における製品関与という考えの応用として、アニメ関与という軸を取り入れることにより、その地域に関心がない人でもアニメ関与が高ければその地域に来るきっかけに繋がることが、モデル化することができた。また、高山市と飛騨市が聖地巡礼者に行ったソフトな対応が、聖地巡礼者のリピートに繋がる可能性がある。

今後の取り組みとして、聖地巡礼者側への調査が必要であると考えられる。今回の高山市と飛騨市の調査でソフトな対応が聖地巡礼者のリピートを促すのではないかと考えたが、憶測の域を出ない。なぜソフトな対応が好意的に受け取られたのか。また聖地巡礼者は何を好み、何を嫌うかなどといった嗜好を理解する必要がある。

7. 参考文献

- 一般社団法人アニメツーリズム協会 (<http://shadan.animetourism88.com/>) 2017年9月11日
- 朝日新聞 DIGITAL (<http://www.asahi.com/articles/ASK2354N1K23OHGB00K.html>) 2017年2月4日
- 岐阜県ゆかりのアニメ映画3作品の聖地巡礼による経済波及効果 ～ 総合効果は253億円 ～ 十六総合研究所 2016年11月14日
- アニメ「氷菓」聖地巡礼による経済波及効果 ～ 総合効果は21億円 ～ 十六銀行 2012年7月31日
- コンテンツツーリズム学会 (2014年) 『コンテンツツーリズム入門』 古今書院
- 「じゃらん宿泊旅行調査 2017」(リクルートじゃらんリサーチセンター調べ)
- 酒井 亨 (2016年) 『アニメが地域を救う! ? -聖地巡礼の経済効果を考える』 ワニブックス PLUS 新書

<企画シート作成上の注意>

- ※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員(ビジネスパーソン・大学教員)の方々に事前にお渡しいたします。
- ※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、インナー大会・東京経済大学大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経BPマーケティング社様に作製していただく大会結果HPに本企画シートは掲載されます。
- ※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、4ページ目までをお渡します。
- ※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会(プレゼン局)にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ※企画内容は、未発表の(過去に他誌・HPなどに発表されていない)ものに限り、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。
- ※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経BP社・日経BPマーケティング社は一切の責任を負いません。
- ※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先(使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など)を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Webサイト上の資料を利用した場合は、URLとアクセスした日付を明記してください。
- ※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。
- ※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。
- ※プレゼンツールを使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにてご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

↑ ここまでを4ページ以内におさめて、提出してください